



Comunicato stampa N. M064/14

San Donato Milanese, 18 settembre 2014

La Nuova MINI votata “l’auto più bella del 2014” nella sua categoria

L’ultima generazione dell’Originale del segmento delle auto premium compatte ha ottenuto il riconoscimento “Autonis” grazie alle ultime votazioni dei lettori della rivista specializzata “Auto, Motor und Sport”

Monaco. Sul mercato dalla primavera del 2014, la Nuova MINI fa una bella impressione da subito – con le sue proporzioni classiche, con la tipica struttura a tre elementi della sua carrozzeria, costituita da corpo base, ampie vetrate tutt’intorno all’abitacolo e tetto, nonché una moderna interpretazione delle caratteristiche di design tipiche del marchio. Il nuovo modello, allungato di circa dieci centimetri, è stato ora votato dai lettori della rivista automobilistica “Auto, Motor und Sport” come uno dei nuovi modelli più belli sul mercato tedesco. Con il suo design fortemente espressivo e distintivo, la Nuova MINI non ha impressionato solo le giurie di esperti nelle competizioni importanti, ma ha anche lasciato un segno nella percezione del pubblico.

La rivista automobilistica pubblicata a Stoccarda ha invitato i suoi lettori a votare per “le auto dall’aspetto più bello del 2014” tra 94 veicoli in dieci categorie. Quest’anno hanno preso parte all’indagine 17.378 lettori e utenti online. La Nuova MINI si è piazzata al primo posto nella classe delle cosiddette “minicar”, dove si è confrontata con sette nuovi modelli di altri marchi. Il conteggio dei voti è stato certificato legalmente da un notaio.

“Noi di MINI Design siamo particolarmente orgogliosi di aver vinto questo premio. Una risposta positiva dai clienti e dagli appassionati è per noi qualcosa di molto incoraggiante nel nostro lavoro quotidiano per il marchio MINI - spiega Anders Warming, Capo di MINI Design - Ci impegneremo con ancora più piacere per portare avanti questo lavoro”.

L’ultima MINI presenta una raffinatezza evoluta in termini di design e un ampio miglioramento della sostanza del prodotto che arricchisce la sua sportività, l’agile manovrabilità, il comfort di marcia e l’efficienza, oltre a valorizzare ulteriormente il suo inconfondibile carisma, la sua funzionalità e il suo stile premium. La maggiore eleganza sportiva e l’efficienza raggiunta grazie a nuovi motori dotati di tecnologia MINI TwinPower Turbo, oltre alle trasmissioni di nuovo sviluppo e all’ampio uso di tecnologia MINIMALISM viene riflessa ancora di più nelle sue linee dinamiche e nelle sue superfici dalle forme suggestive. Le proprietà aerodinamiche della Nuova MINI sono state ulteriormente ottimizzate rispetto al modello precedente.

Dettagli con finiture particolarmente ricercate e contorni dal disegno definito nell’area dei proiettori, delle luci posteriori, delle cornici degli indicatori di

MINI

Comunicazione e P.R.

direzione e altri elementi di design tipici del marchio sottolineano la maturità dell'ultima generazione della MINI. In tal modo, il design di alta classe della vettura è diventato un simbolo del suo livello tecnologico superiore, che comprende opzioni come ammortizzatori regolabili e proiettori a Led, nonché un'ampia gamma di sistemi di assistenza alla guida come il display MINI Head-Up e il Driving Assistant.

Per ulteriori informazioni contattare:

Cristiana Lattuada
PR & Communication Coordinator MINI
Telefono: 02.51610.710 Fax: 02.51610.0710
E-mail: Cristiana.Lattuada@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

Il BMW Group

Con i suoi tre marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium ed offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 29 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2013, il BMW Group ha venduto circa 1.963 milioni di automobili e 115.215 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte per l'esercizio 2013 è stato di 7,91 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 76,06 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2013, il BMW Group contava 110.351 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e su un'azione responsabile. Perciò, come parte integrante della propria strategia, l'azienda ha istituito la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>